

みやぎき女性の活躍推進会議 2月研修会

令和3年2月4日(木)、「みやぎき女性の活躍推進会議 2月研修会」をオンラインで開催し、31名が参加しました。セッション1では株式会社イト代表取締役社長木原氏による事例発表、セッション2では株式会社 MOMIKI 代表取締役舛木氏による事例発表が行われ、それぞれの事例発表終了後にはオンライン上でグループに分かれてのディスカッションを行いました。

やればできる！グッドプラクティスに学ぶ更なる女性活躍推進



セッション1

発表者

株式会社イト

代表取締役社長

木原奈津子氏

1968年東京都生まれ。外資系医療機器メーカー勤務を経て、結婚を機に2004年宮崎へ。2014年自宅の台所で1歳の長女を背負いながら開発を始めた「キャラいも」が発売直後から好評を得る。2015年に起業した株式会社イトのスタッフは、8割以上が子育て中の主婦。「地域未来牽引企業」「みやぎん女性起業家支援ファンド」「日本商工会議所・全国商工会議所女性会連合会 女性起業家大賞奨励賞」などにも選出。



■事例発表

株式会社イトの業種は菓子製造業で、2019年に始めた、まだ日の浅い会社です。清武町にあり、従業員は20名ほど。資本金は、最初は少ない資金から始めたのですが、宮銀さんの女性起業家の資金を付けていただいて、いまの規模になっています。

今回、「女性活躍について、意識的にどのようなことをしていますか」とのお話だったのですが、意識的に推進しているというわ

けではなく、おののの能力をフェアに評価し、おののの特性や意向に応じた職務をやってもらっていて、個々の生活に応じた就業時間と勤務体系を取っているところを重視しているに過ぎません。この三つは私にとって、とても自然で当たり前のことです。

なぜ当たり前なのかということ、今回のお話をいただいて、よくよく考えてみました。

その一つが生い立ちの部分だと思うのですが、小さいころから「誰とでも仲良くしなさい」。男女関係なく宿題も出て勉強していた時代があり、基本的人権の尊重などを学びました。東京で生まれて小学校まで東京で育ち、そのあと親の転勤で福岡に行ったのですが、その間、そういったことをずっと普通に言われて育っていました。宮崎の同世代の女性の話やると、この時代に「女の子なのだから学校はもう行かなくていいよ」といったすり込みをされていた人がとても多く、この話から、社員で働くことや賃金をたくさんもらって働くということがなくてもいいのだという意識を小さいころからすり込まれているような感じを私は受けていました。

こういった、男女関係なくいろいろなことを同等に学び、またアウトプットも出していくことは、いまの流れの中にあるSDGsの考え方などと符合する基本的なことなのではないかと思っています。

私が社会人になって最初に勤務したのはアメリカの医療機器のメーカーでした。新卒から15年そこで働いたのですが、そこは公平と個人のバックボーンを重んじる、とてもとても強い価値観を持っている企業でした。男女の性別に関わらずということだけでなく、人種、民族、政治的信条、宗教、哲学的信念などの個人のバックボーンをとっても尊重するという強い文化を持っていました。

業績以上にその価値観を重んじるので、とても成績のいい営業マンであったとしても、こういったことに対して差別的意識を持っている人はポジションが上に上がらないということが徹底されるなど、そういった評価基準などをきちんと持っていました。

このように、いろいろなことに関わらず、能力を評価したり、昇進や昇給があったり、出張や転勤などがあるという会社の中で育ったので、多様性に対していろいろなことが当たり前のような形で育っていったところがあります。

多様性に対応するという事は、逆を言うと自立、高い倫理観と責任感を個人に求められる部分もありましたし、フェアでない人は評価されない仕組みがあり、フェアであることが当たり前の日常という形で日々を送っていました。性別に関わらず、能力があるということも、この時代に正しく学んだと思っています。

次に企業人の状況としては、2015年1月に主婦3人で法人としてやり始めました。3人とも保育園の子供がいる状況だったので、全員が週4日勤務、1日6時間で働くという雇用条件でのスタートでした。追加で社員を募集するときも私たちと同じ、週4日6時間で募集をかけると、必然的に子育て中の主婦がメインになりました。

なので、就業規則を作るときも子育てしながら働くことが前提

となり、企業の形として生活とのバランスを考えた運営が不可欠な状況になりました。いまは介護やダブルワークにも適応する就業規則になっています。

弊社にはいろいろなスタッフがいます。新卒で18歳で入ってきたスタッフから、一番高齢のスタッフは72歳です。ダブルワークをしている若い独身のスタッフもいますし、時短正社員、また5人も子供がいるお母さんもいますし、パートから社員になった人、就業中ががんにかかって、そこから復帰して、また仕事を引き続きやってくださっているメンバーもいます。

こういった個々のバックボーンをどのように取り入れているかと言いますと、年2回の個人面談を大切にしている、皆さんの今の状況、たとえば将来もう一人子供が欲しいといったことも聴き取りをしています。キャリアに関して、ずっとパートさんのままでいたいのか、それともリーダー職から社員へ行きたいのかということもヒアリングをしています。

有給取得はいま100%を目指していて、取れていない人はどんどん取るように、特に年度末は積極的に週1などで休んでもらうようなこともやっています。

ママが多いので、時短正社員というと3歳までが法的なのですけれども、うちは小学校卒業まで時短正社員OKという形を取っています。

看護介護休暇制度については、看護は取る人がものすごく多くて、毎月延べ5人くらい取っているのではないかと思います。介護のほうは、制度はあるのですけれども、まだ利用者はいません。

がん検診なども、女性は若くてもがんにかかるので会社負担で行っています。

そういった突然の休みに対しては、製造量や製造計画を変更したりして、残されたスタッフに負担がかからないような仕組みを取っています。

産休はパートさんも取れるようにしていて、今年の1月から復帰してくれたスタッフもいます。男性ももちろん育休の制度を設けています。

人は誰でも認められること、尊重されることで能力を最大限に発揮されるというのが真理だと私は信じています。なので、一人一人の生活を尊重すること、一人一人の人生を尊重することで会社でのパフォーマンスが最大限に発揮されると思っています。現に、うちのスタッフはそうやって会社で懸命に働いて、能力を発揮してくれています。

課題の部分は、まず収入の壁があります。やはり扶養の中で働くスタッフが多くて、その分、時給が上がれば上がるほど休みは多く取らなければいけなくなって、企業にも足かせになっています。また、本当はもう少し働いて収入を得たいけれども、扶養から外れることを家族から反対されたりして、そのところがままたまらないスタッフもたくさんいます。

昇進の壁もですが、今まで社員で働いた経験がなくて自信が持てない、社員になることのハードルがすごく高いと感じているスタッフが多いです。これは最初にお話したとおり、少女時代からそういった仕事や社会的ポジションを上げることなどが、悪とまではいかないけれども、それを望まないことが美德と育てられているからだと思います。日本は少なからずそういう女の子が多いのですけれども、特に宮崎は多いと感じます。それが女性のほうの意識の足かせにもなっていると感じています。そして、旦那さんも奥さんが社員になることを嫌がるという状況が起きています。

これの弊害として、能力とポジションの逆転現象が起きて、実際に能力の高い人がポジションを上げられないということが起きますし、時給が上がっていくとなると、今度は雇用保険からも外れなくてはいけなくなるという、新たな問題も出てくる形になっています。

私の仕事を続けるモチベーションは、毎日懸命に働いてくれるスタッフに報いること。彼女たちが作っている商品を、彼女たちの能力も含めて世に広めたいという思い。そういったことを成し遂げることでみんなが自信を持って、ポジションを上げたり社員になったりすることさえも誇りに思えるような会社にしていきたいと思っています。

みんなには「能力があるのだよ」「すごいんだよ」ということを、ことあるごとに言い続けています。そのためにも、多様性に対応しながら企業を成長させたいと思っています。



■質疑応答

Q.「育休を取得する時、周囲に気を遣う」という話を耳にしたことがあります。御社でも同事例はありますか？あった場合、どのように克服されていますか？

A.うちの場合はママを経験しているスタッフばかりなので、嫌なことをするといったことはまったくなくて、逆に、この前、産休を取ったスタッフは5人目の子供だったんですけれども、妊娠を会議で発表してもらったときは拍手喝采が起きた感じでした。

最初の会議のときはその子を連れての出勤だったんですけれども、みんな休み時間に代わりばんこに赤ちゃんを抱っこして、あやしているような状況で、そこに気を遣うというところはないと思います。後続のスタッフもいまは出てきていて、また8月から別のスタッフが産休を取る予定になっています。

セッション2

発表者

株式会社 MOMIKI

代表取締役
榎木真一郎氏

1975年佐土原町に生まれ佐土原高校卒業後、家業を継ぐために九州技術専門学校へ進学する。大手電機メーカーの下請けをメインに事業を運営していたが、急な生産調整と海外への移転が



相次ぎ仕事が激減し大切な社員のリストラを経験する。これを機に食品事業部を立ち上げ2014年に社名を変更し代表に就任。国内外に黒にんにく及びそれを使用した加工品を出荷している。社内で働く75%以上が女性で食品事業部の現場リーダーと管理者はすべて女性である。

■事例発表

まず、私たちの株式会社 MOMIKI という会社はどのような会社かというところを最初にお話したいと思います。もともと前身は榎木工業ということで、大手電機メーカーの下請けをやっていた大きくなった会社です。下請けなので元請けの影響をかなり受けまして、180名ぐらいいた社員を100名近くリストラするという経験をしまして、その経験をもとにそういうことをもう二度としないような会社をつくりたいということで、食品事業部という黒にんに

にくを中心とした事業をメインに立ち上げて頑張っているところ
です。

資本金は500万円で社員は32名います。そのうち社員が24名、パートが8名ということで、うちの特徴としては社員16名とパート8名が女性で、男性社員が8名という、非常に女性が多い職場になります。事業の内容としては食品事業部がメインで、黒にんにくの製造、黒しょうがとか黒茶というのをやっています。黒にんにくを使った熟成商品とか唐揚げの移動販売とかをやっています。国内の取引は成城石井さんや久世福商店さん、DEAN & DELUCAに販売先がありまして、いま海外展開でホールフーズとかザ・フレッシュ・マーケットとか、アメリカとかEUその他の各国に輸出もしております。海外人材を生かして1人台湾から、これは男性ですけども、営業担当がいます。どういう商品を扱っているかという、「黒にんにく くろまる」が代表的な商品になるのですけれども、ソース類、総菜類、シロップ関係をつくってまして、これの開発・製造にはほぼほぼ女性関わっているという会社になります。

黒にんにく製造は、品質保証グループ、調理加工グループ、黒にんにく製造グループという三つのグループに分かれてまして、このグループの管轄として工場長で専務が全部取り締めてくれています。ただ基本的に現場を動かすのはチーフという管理職になるのですけれども、チーフがメインで動いていただいて、そこにさらに女性のリーダーが付いてまして、みんなでカバーしあって仕事をやっております。

新商品開発の方には女性が入ってまして、あとはテレマーケティングといって、お客様からの電話対応で1名。ここはまだ役職は付けていませんが、ほぼほぼリーダー的な存在で頑張ってもらっています。あと5S衛生チームですね。ここもリーダーは女性、サブが男性になっています。

工場は女性がメインで、働きやすい会社を目指して取り組んできたのですけれども、ここまでくる道のりはすごく大変で。先ほど木原社長もおっしゃっていましたが、女性をチーフにすることに對する家族の理解という部分、あとは本人のやる気というところが非常に大変で、個別面談をうちもやっているのですけれども、その中で話し込んでいきながら、ようやくこういう組織が確立できました。

リーダーの中には、パートさんから社員さんになって、社員さんからリーダーになった方もいらっしゃいます。そうやって事例をつくっていきながら、私もなっているのだという雰囲気をつくっていきながら、いま取り組んでいるところです。先ほどグループセッションの中でも参加させていただきましたけれども、やはり風土というのがなかなか難しいなという部分も実感しつつ、そこに負けないように、やはり女性が中心ですので、女性の組織でしっかりつくりこんでいけたらいいなと思っています。

チーフがいますけれども、チーフは管理職という形を取ってまして、給与体系も他の社員さんとはランクが違ってまして。ほぼ男性と同じぐらいの給与体系にしてまして、管理者的な動きで、数字も全部共有していますし、会社の会議などにはすべて出してもらって、しっかりみんなで決議をして進行しているような状況です。



うちもSDGsをちょっとかじってまして、男性に混じって一緒に勉強をやっているような状況です。それと、うちも工場見学にお客さまが来ます。そのお客さんも全部チーフが対応しまして、すべて会社の中の、「こうやって黒にんにくができていますよ」とか「加工品はこうやってつくっています」というような会社のストーリーまで彼女たちがしっかり話してくれているので、僕としてはすごく助かっているところです。あと、うちはFSSC22000という、HACCPの上ですかね。HACCPとISOを混ぜたようなやつですけども、FSSC22000というのに取り組んでいます。品証がメインとなって動いていますけれども、こういったのもすべて女性メインで取り組んでいる状況です。

なかなか皆さんみたいに意識して取り組んでいるわけではなくて、木原社長も先ほどおっしゃっていましたが、無意識というか、うちは現場に大手電機メーカーの下請けをしているときから女性社員がほぼほぼだったので、その流れを受け継いでいまして。うちは、商品を売る力はあるのですけれども、人を採用する力がまだ弱いという部分と、発信力が非常に弱いというところがあるなど、今日改めて実感しました。

うちの社員の平均年齢は、僕と一緒に45歳ぐらい、だいたい子育てが終わるかなという方々がほとんどになります。小さいお子さんがいらっしゃる方が2~3人、産休を取られた方が1名いらっしゃいます。そんなに産休を取るような方々がいらっしゃるような職場雰囲気ではないので、なかなか難しい部分もあるのですけれども、部活動だったり、PTAの活動だったり、急なお子さんの発熱で迎えに行かなくてはいけない、学校休まなければいけなくなったりとかいうところの対応というのは臨機応変にやっています。みんなでそこはカバーしあおうということで日々取り組んでいるところです。

離職率がほぼないというところを見ると、すごく働きやすい環境にはあるのかなと思ってまして、そこをしっかりと僕自身が、何が働きやすいのかということをもっとヒヤリングして、もっと外に発信して、いい人材が集まれるような環境をもっとつくっていくべきかを感じているところです。

■質疑応答

Q. 企業を持続化させる上での、女性登用の前にまず業態を思い切って転換したところがあると思うのですけれども、食品事業部を立ち上げてやっていこうというのはどういった経緯があったのでしょうか。

A. 会社を持続させるためにリストラはしないといけないう思いを子どもたち次の世代にはさせたくないというところで、新しい取り組みを考えていました。そんな時黒にんにくと出会い食品事業というのを始めました。